

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *influencer marketing* dan diskon harga terhadap minat beli konsumen pada brand Erigo. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada meningkatnya penggunaan strategi *digital marketing*, khususnya melalui kolaborasi dengan *influencer* dan pemberian diskon sebagai upaya menarik perhatian konsumen. Erigo sebagai *brand fashion* lokal aktif memanfaatkan kedua strategi tersebut, menjadikannya objek yang relevan untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan dari 100 responden yang merupakan pengikut atau konsumen *brand* Erigo, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik *influencer marketing* maupun diskon harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat beli, baik secara parsial maupun simultan. Temuan ini memperkuat pentingnya penerapan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk fashion lokal seperti Erigo.

Kata Kunci: *Influencer Marketing*, Diskon Harga, Minat Beli, Erigo.